

Jahresbericht 2022

Schaffhauserland Tourismus



Zahlen und Fakten 2022



Verkaufte Tickets TOMAS
(Verkaufsplattform)

3611
+68%



Seitenaufrufe
schaffhauserland.ch

993 199
+39%



Verweildauer (Min.)
schaffhauserland.ch

1:39
+3%



Logiernächte

135 184
+16.5%



Anzahl versendete
Newsletter

30 430
+4%



Anzahl Gruppenführungen

1010
+55%



Teilnehmende Öffentliche
Führungen

1186
-6%



Media & FAM Trips
(Teilnehmende)

34
+26%



Bediente Gäste in den
Tourist Offices

12 392 Stein am Rhein
+38%

17 850 Schaffhausen
+10%

307 374 Rheinfall
+93%

Die Prozentzahlen stellen die Abweichung zum Berichtsjahr 2021 dar.



Schaffhauserland Tourismus
Vordergasse 73
8200 Schaffhausen
T +41 52 632 40 20
www.schaffhauserland.ch
info@schaffhauserland.ch

Inhalt

Vorwort	4
Verein Schaffhauserland Tourismus	5
Destinationsvermarktung	6
Destinationsentwicklung	12
Systemmanager	13
Bilanz per 31.12.2022	16
Erfolgsrechnung 2022 / Budget 2023	17
Anhang zur Jahresrechnung 2022	18
Revisionsbericht	21
Organe und operativer Betrieb	22

Fotos: Bruno Sternegg, Michael Kessler, Melanie Duchene, Hasselblad H4D, Renato Bagattini, Christian Meixner, Seraina Keiser



Thomas Imobersteg
Präsident Schaffhauserland Tourismus

Du bist seit 12 Jahren Präsident von Schaffhauserland Tourismus. Wo ist eigentlich deine Faszination für den Tourismus und das Schaffhauserland entstanden?

Seit wir vor über 30 Jahren nach Hallau gezogen sind, war ich im Vorstand von Hallau Tourismus. Die spannenden Veranstaltungen, die wunderschöne Region und die guten Kontakte mit den Menschen vor Ort motivierten mich sehr, für das Schaffhauserland tätig zu sein.

Die Teuerung ist in aller Munde und wird für viele zu einer Kürzung des Ferienbudgets führen. Wo siehst du hier die grössten Herausforderungen für die Branche?

Wichtig scheint mir, dass gute und spannende Angebote und die entsprechende Werbung die Besuchenden in unsere Region locken. Preis und Leistung müssen dabei auch für unsere Mitglieder stimmen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist nach wie vor sehr präsent. Hat sich dein Reiseverhalten verändert?

Meine Frau und ich geniessen die Region Schaffhausen, die Ostschweiz und das Berner Oberland. Deshalb waren wir selten auf grossen Auslandsreisen. Solche werden wir wohl auch künftig nur ausnahmsweise machen.

Individualität war vergangenes Jahr in der Tourismusbranche ein Trumpf. Welche persönliche Begegnung hat dir im vergangenen Jahr besonders Eindruck gemacht?

Das vergangene Jahr hatte für mich sicher einige spannende Begegnungen. Die Kontakte und der persönliche Austausch mit verschiedenen Mitgliedern am letzten Tourismustag in Stein am Rhein haben viele positive Eindrücke hinterlassen.

«Nostalgie und Familienzeit» wird von Schweiz Tourismus als einer der relevantesten Tourismustrends 2023 bezeichnet. Welcher Ort löst bei dir nostalgische Gefühle aus?

Meine «erste Reise» war eine Schulreise nach Stein am Rhein auf die Burg Hohenklingen. Anschliessend war eine Schifffahrt nach Schaffhausen ein weiterer Höhepunkt. Diese Schulreise löst bei mir heute noch nostalgische und auch sehr schöne Gefühle aus. Mit der Familie, sei es als Eltern oder Grosseltern solche Sehenswürdigkeiten wieder zu besuchen, ist ein Teil unseres Lebens und wird in Zukunft vermehrt stattfinden.

Im Rahmen der kantonalen Entwicklungsstrategie 2030 ist die Projektidee «Kantonale Tourismusstrategie» zu finden. Wie wichtig ist eine solche Strategie für das Schaffhauserland?

Eine Kantonale Tourismusstrategie zu haben, stufe ich als sehr wichtig ein. Diese Projektidee zeigt auf, dass die Bedeutung des Tourismus in der Region wichtig ist. Eine Kantonale Tourismusstrategie gibt der ganzen Region eine touristische Orientierungshilfe. Zudem kann sich die Tourismusszene anhand dieser Strategie «bewegen». Kräfte können z.B. bei der Vermarktung und bei Auftritten gebündelt werden, weil eine gemeinsame Strategie vorliegt.

Die Klimaerwärmung geht weiter und stellt viele Destinationen und Anbieter vor grosse Herausforderungen. Kann Tourismus überhaupt nachhaltig sein?

Ja, der Tourismus muss nachhaltig sein! Nachhaltigkeit heisst aber nicht nur «Jute statt Plastik» um möglichst ökologisch zu sein. Es bedeutet auch, dass neben sorgfältigem Umgang mit unserer Natur und unseren Ressourcen ein ökonomischer sowie sozialer Tourismus betrieben wird. Auch in vielen Jahren muss es so sein, dass in unserer Region der Tourismus vielen Tausenden eine Lebensgrundlage geben kann.



Beat Hedinger
Geschäftsführer Schaffhauserland Tourismus

Verein Schaffhauserland Tourismus

Der Verein Schaffhauserland Tourismus ist die Destinations-Management-Organisation im Kanton Schaffhausen. Er fördert die touristische Entwicklung der Destination «Schaffhauserland» und ist Drehscheibe und Koordinator des Tourismussystems.

Vision

- Schaffhauserland Tourismus ist das touristische Kompetenzzentrum im Schaffhauserland.

Mission

- Schaffhauserland Tourismus entwickelt Produkte und vermarktet den Schaffhauser Tourismus.
- Schaffhauserland Tourismus bringt das Schaffhauserland vorwärts.
- Schaffhauserland Tourismus entwickelt die «Tourismus-Destination Schaffhauserland» pro-aktiv.

Strategische Geschäftsfelder

- Destinationsvermarktung
- Destinationsentwicklung
- Systemmanager

Team Schaffhauserland Tourismus



Hintere Reihe v.l.: Thalia Weber, Sarina Wanner, Claudia Fischer, Ursula Keller, Rahel Rageth, Tanja Lampert, Valérie Giordani, Elisabeth Schelling, Luisa Blaser

Mittlere Reihe v.l.: Ramona Schäfli, Corinna Pagani, Nicole Gasser, Nara Hotz, Patrick Pozas, Janina Di Ronco, Linda Stoll, Denise Ulrich, Ursula Neukomm, Ines Polivka

Vordere Reihe v.l.: Corinne Müller, Beat Hedinger, Matthias Külling, Seraina Keiser

nicht auf dem Bild: Martina Isler, Dennis Tkalec, Sylvie Belli Forrer



Destinationsvermarktung: Vermarktung

Kulturjahr Schaffhauserland

Im Jahr 2022 lag der Fokus der Marketingaktivitäten beim Thema Kultur. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Kulturbetrieben wurde das Kulturpäckli für Hotelgäste entwickelt. Mit dem Kulturpäckli hatten die Gäste bei kulturellen Institutionen Vergünstigungen erhalten. Weitere Aktivitäten, die im Zusammenhang mit dem Kulturjahr umgesetzt wurden:

- 27 Kulturgeschichten als Blogartikel
- Beitrag Kulturgenuss Schaffhauserland im Bodensee Magazin Schweiz Spezial.

Hotelkampagne «Dihei bim Nachbar»

SHLT hat zusammen mit Thurgau Tourismus das Novemberangebot «Dehei bim Nachbar» lanciert. Dieses bot der lokalen Bevölkerung preisreduzierte Übernachtungsangebote für einen Kurzaufenthalt im jeweiligen Nachbarkanton. Obwohl nur wenige Buchungen generiert wurden, stiess die Marketingkampagne auf positives Feedback.

Watson-Kampagne

Watson gehört zum drittgrössten Newsportal in der Schweiz. Der grösste Teil der Leserschaft ist zwischen 35-54 Jahre alt. Während einer Woche wurde ein Paid Post mit dem Titel «Genuss rund um Rhein und Wein – 5 Tipps fürs Schaffhauserland» geschaltet. Dabei wurden Empfehlungen für Aktivitäten in allen Kantonsteilen integriert. Der Beitrag wurde 362 300-mal angezeigt. Die Story wurde 4427-mal angeklickt.

Hyll

Hyll ist eine App für Freizeitaktivitäten. Die App spricht die Zielgruppe von 18-35-jährigen an und soll für lokale Aktivitäten begeistern. Die App unterstützt bei der Freizeit- und Wochenendplanung. Verschiedene Angebote und Tipps vom Schaffhauserland wurden auf der App präsent. Die Angebote wurden im Jahr 2022 86 684 angeschaut, es wurden 4701 Interaktionen erreicht und 138-mal auf den Buchungsbutton geklickt.

Swisstainable Committed

SHLT nimmt am Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable vom Schweizer Tourismus teil und erfüllt die Kriterien für das Level I - Klassifizierung committed. Mit Swisstainable geht der Schweizer Tourismus einen ersten grossen Schritt, der den Erfolg der Destination Schweiz langfristig sichert und das Reiseland Schweiz zur nachhaltigsten Destination weltweit machen soll.

Top 10 Guide Velorouten Schaffhauserland

Im Januar 2022 ist das neue Printprodukt Top 10 Velorouten erschienen. Die zehn schönsten Velorouten der ganzen Region werden darin präsentiert. Im Booklet werden die Touren beschrieben, die Details zur Route können online abgerufen werden.

Partnerplattform

Die Partner-Plattform partner.schaffhauserland.ch wurde im Jahr 2022 aufgebaut.

Die Plattform gibt wertvolle Tipps zur Datenpflege oder informiert über aktuelle Projekte. Zudem werden in einem Leistungskatalog verschiedene «Marketing zum Mitmachen» Möglichkeiten für Mitglieder und Partnerbetriebe gezeigt.

Marketingkampagnen Schweiz

Tourismus:

Städtekampagne – Schaffhausen

Die Städtekampagne hatte das Hauptziel, für einen Kurztrip nach Schaffhausen zu begeistern. Die Story erzählte von der kulturellen Vielfalt, die Schaffhausen zu bieten hat. Dafür wurde zusammen mit Schweiz Tourismus ein Video-Clip produziert sowie ein Fotoshooting durchgeführt. Der Video-Clip wurde 78 000-mal aufgerufen. 20% der Personen schauten das komplette Video.

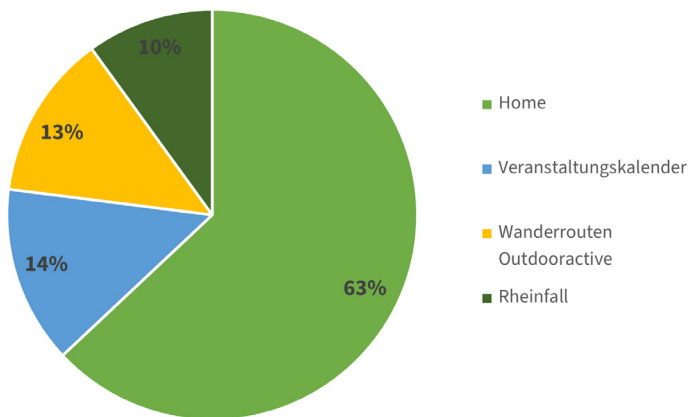
Sommerkampagne Schaffhauserland

In Zusammenarbeit mit Thurgau Tourismus wurde eine Sommerkampagne bei Schweiz Tourismus gebucht. Die Zielgruppe dieser Kampagne waren Velofahrerinnen und Camper. Die Kampagne hatte das Ziel, diese Zielgruppe für einen längeren Aufenthalt in der Region zu begeistern. Der Video-Clip wurde 82 500-mal aufgerufen und es wurden 19 500 Klicks generiert.

Beide Kampagnen wurden auf MySwitzerland.com ausgespielt und in allen owned und paid Channels von Schweiz Tourismus in den Märkten CH und DE eingesetzt.

	31.12.2021	31.12.2022	Veränderung in %
Newsletter Unique Öffnungsrate	54.41 %	60.33 %	+10.90 %
Newsletter effektive Klickrate	33.67 %	28.38 %	-15.72 %
Seitenaufrufe Webseite	713045	993199	+39.29 %
Nutzer Webseite	271830	385575	+41.84 %

Top 4 aufgerufene Seiten www.schaffhauserland.ch



«Dihei bim Nachbar» Kampagne



Top 10 Velobooklet



Watson-Kampagne



Destinationsvermarktung: Tourist Office und Warenverkauf

Tourist Offices

Im modernen Visitor Centre in Schaffhausen verspürte SHLT die Erholung der Branche, verbunden mit der wieder steigenden Nachfrage nach der Destination Schaffhauserland deutlich. 2022 durfte SHLT viele Schweizer Gäste beraten, welche sich begeistert über das breite und spannende Angebot der Destination zeigten. Erfreulicherweise hat auch die Frequenz ausländischer Reisender wieder zugenommen. Insgesamt registrierte das Visitor Centre 2022 17 850 (+10 %) Gäste. Die verschiedenen Service-Public-Leistungen wurden von den Einheimischen gewohnt regelmässig genutzt. Vorverkäufe für regionale Veranstaltungen sowie die Produkte aus unserem Regio-Shop erfreuen sich wachsender Nachfrage. Die Begegnungen mit den Gästen zeigen auf, wie wichtig und wie gesucht der persönliche Kontakt vor Ort ist. Die erlebte Resonanz bleibt in positiver Erinnerung und motiviert, die Balance zwischen dem wichtigen digitalen Fortschritt und dem persönlichen Kontakt weiter zu stärken. Das Visitor Centre ist auf dem richtigen

Weg, ein lebendiger Treffpunkt für alle zu werden.

«Wir spüren die Erholung des Tourismus bei uns im Visitor Centre und freuen uns, die einheimischen und auswärtigen Gäste bei uns begrüssen zu dürfen. Jedes Lächeln der Gäste ist für uns die tägliche Motivation.» Patrick Pozas, Leiter Visitor Centre

Die Veranstaltungsreihen «Wii-Donschtig» und «Winzer in town» tragen dazu bei, den Schaffhauser Wein und die neu geschaffenen Weinerlebnisse erlebbar zu machen.

Bei den persönlichen Begegnungen mit den Winzern vor Ort und den angeregten Diskussionen am Oenomaten entstehen spannende Bekanntschaften zwischen Einheimischen und Gästen.

Das Team im Tourist Office von Stein am Rhein erfreute sich über den Besuch von 12 392 Gästen (+38 %), welche sich über das breite Angebot informierten und auf der Suche nach dem persönlichen Geheimtipp waren. Neben den Gästen informierten sich viele Einheimische über

die kulturellen Veranstaltungen und sicherten sich ihr persönliches Ticket.

Der Info-Shop am Rheinfall wurde in den ersten drei Monaten noch hauptsächlich von Schweizer Gästen und Reisenden aus dem nahen Ausland besucht. Spätestens ab Mai aber hatte der Info-Shop, bis auf vereinzelte asiatische Staaten, gefühlt wieder die ganze Welt zu Besuch. 307 374 Gäste besuchten die Infostelle. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Plus von rund 93 %. Auch die Anzahl an Reisebussen hat markant zugenommen. 2022 waren es rund 4500 Busse +329 % (2021: 1050).

Warenverkauf

Die Erholung der Tourismusbranche und das aufgestaute Reisebedürfnis vieler Menschen zeichnet sich beim Verkauf von Merchandise-Artikeln im Info-Shop am Rheinfall deutlich wieder. Praktisch von null auf hundert freute sich das Team über Frequenzen wie vor der Pandemie. Der Jahresumsatz 2022 weist mit CHF 1 359 481 ein eindruckliches Wachstum von 126 % aus.

Gäste Visitor Centre Schaffhausen		Gäste TO Stein am Rhein		Gäste Info-Shop am Rheinfall		Umsatz Warenverkauf	
2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
16230	17850 (+10%)	8966	12392 (+38%)	159193	307374 (+93%)	601579	1359481 (+126%)





Destinationsvermarktung: Führungen

Ob in Schaffhausen, in Stein am Rhein, am Rheinflall oder in der ländlichen Region, das Interesse an geführten Rundgängen ist gross. Das Angebot ist sehr facettenreich und hat eine Vielzahl an Gästen überzeugt und begeistert. Die im Jahr 2022 durchgeführten Umfragen zeigen mit einer Zufriedenheit von 9.4/10 sehr erfreuliche Resultate, was wiederum für überzeugende und hochwertige Arbeit der Guides spricht.

Die Anzahl an durchgeführten privaten Führungen ist im Vergleich zu den Vorjahren wieder deutlich angestiegen. 2022 wurden insgesamt 1010 Gruppenführungen organisiert, was im Vergleich zu 2021 einer Zunahme von

+55% entspricht. Für Individualreisende wurden zwischen März und Dezember 114 öffentliche Rundgänge angeboten.

Anfang letzten Jahres wurde in Stein am Rhein eine Ausbildung neuer Guides durchgeführt. Unter der Leitung von Stadtarchivar Roman Sigg haben alle neun Teilnehmenden die Ausbildung erfolgreich absolviert.

Auf dem Gebiet der ehemaligen Stahlgiesserei ist in den vergangenen Jahren im Schaffhauser Mühllental ein neuer Stadtteil für die Stadt Schaffhausen entstanden. In einer neu entwickelten Führung durch dieses Areal erfahren Interessierte mehr über die moder-

ne, urbane Architektur sowie über die Schaffhauser Industriegeschichte von 1800 bis heute.

Auch das digitale Alternativangebot von Explorial, eine Art digitale Schnitzeljagd durch die Altstädte Schaffhausen oder Stein am Rhein, konnte weiter wachsen. 2022 entdeckten 206 (+35%) Gäste unsere Altstädte auf diese spielerische Art und Weise.

	Schaffhausen und Rheinflall		Stein am Rhein		Landschaft und Wein	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
private Gruppenführungen	291	456 (+57%)	228	410 (+80%)	133	144 (+8%)
öffentliche Führungen	64	67 (+4%)	50	41 (-18%)	11	6 (-45%)



Destinationsvermarktung: Gruppengeschäft

Gruppenausflüge ins Schaffhauserland tragen viel zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer und zur Wertschöpfung bei. Weiter wirken sie inspirierend auf die Teilnehmenden und immer wieder kehren Einzelne zu einem späteren Zeitpunkt in einem anderen Zusammenhang in unsere Destination zurück.

Seit 2022 arbeitet SHLT in einer Kooperation mit der Organisation Schweizer Gruppenreisen. Mit diesem kompetenten Partner, welcher die Abwicklung des Gruppengeschäftes übernimmt, wird das Gruppengeschäft im Schaffhauserland weiter gestärkt und ausgebaut. Erste Beratungsstelle bei Anfragen

bleibt weiterhin SHLT. Die Firma Schweizer Gruppenreisen ist zuständig für die weitere Beratung, Offertwesen, Buchung und die Abrechnung. Zudem profitiert das gesamte Schaffhauserland von den zusätzlichen Sales-Aktivitäten seitens SGR.

Versendete Offerten Schaffhausen		Anzahl Personen Schaffhausen	
2021	2022	2021	2022
34	79 (+132%)	489	1438 (+194%)

Fachstelle Landschaft und Wein

Die in Zusammenarbeit mit dem Regionalen Naturpark geschaffene Fachstelle «Landschaft und Wein» koordiniert die touristischen Belange für die Tourismusorganisationen Hallau, Neunkirch, Genussregion (Wilchingen, Trasadingen, Osterfingen) und Schleithem. 2022 wurden über die Fachstelle 101 Gruppenausflüge mit rund 1900 Personen organisiert. Insbesondere die Kombinationen aus Pferdewagenfahrt, Weindegustation und einem Besuch in der Gastronomie erfreu-

en sich grosser Beliebtheit. Bereits seit zehn Jahren führen die Wöschwiiber die Gäste auf einer szenischen Führung durch Wilchingen und sind neben den Führungen durch den Gipsstollen in Schleithem eines der beliebtesten Angebote. Der touristische Trend nach Regionalität und authentischen Erlebnissen zeichnet sich im erfreulichen Wachstum (Anzahl Personen: +19 %) wieder.

«Die Nachfrage nach unseren Angeboten im ländlichen Raum ist gross. Wir freuen uns, dass die Gäste unsere Region entdecken und wir Ihnen ein abwechslungsreiches Programm bieten können. Dabei sind uns die Rückmeldungen der Gäste sehr wichtig für die Weiterentwicklung der Angebote.»

Martina Isler, Leiterin Fachstelle Landschaft und Wein

Destinationsvermarktung: E-Commerce und Ticketing

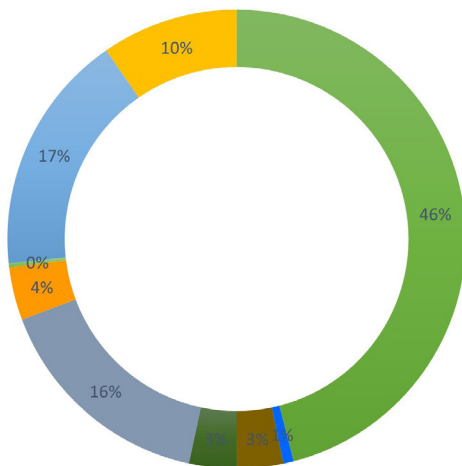
Im Jahr 2022 konnte das Angebot an buchbaren Erlebnissen über das Buchungsportal TOMAS erweitert werden. Zu den bestehenden Angeboten von SHLT ist neu das Package «Schaffhauserland Klassisch» dazugekommen. Von Partnerbetrieben wurden folgende Produkte neu aufgeschaltet: Eintritt Museum Lindwurm, à la Art im Rhyality, Fahrt mit dem Rhyfall Express, Touren mit Schiffmändli und zwei neue Angebote von Rhyfall Mändli.

Der Anteil der Onlinebuchungen liegt bei 72 %, derjenige der Schalterbuchungen bei 21 %. Die restlichen 7 % wurden über das Callcenter gebucht. Die Onlinebuchungen sind im Vergleich zu 2021 um 6 % gestiegen. Insgesamt sind 3611 Tickets verkauft worden; 1461 mehr als im Vorjahr. Knapp 1200 Tickets davon wurden für die öffentlichen Führungen im Schaffhauserland verkauft. SHLT-Gutscheine wurden 109 Stück verkauft und 60 zu Sponsoringzwecken herausgegeben.

SHLT unterstützte im Auftrag des Service Public diverse regionale Veranstalter und Veranstalterinnen über verschiedene Vorverkaufsplattformen. Einheimische sowie auswärtige Gäste konnten sich beispielsweise zu Events im Stadttheater Schaffhausen oder in der Bachtornhalle beraten lassen und Tickets kaufen.

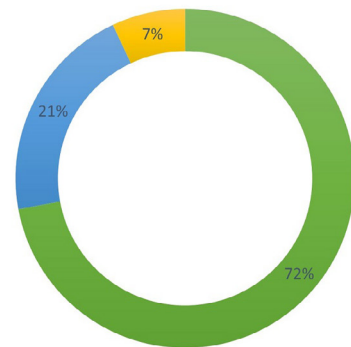
Im Jahr 2022 war spannend zu beobachten, dass nach und nach die Gäste aus dem Ausland (Mexiko, Indien, England, u.v.m.) wieder nach Schaffhausen kamen. 348 Gäste nutzten dabei die über SHLT online buchbaren Angebote.

Herkunft Gäste CH nach touristischen Regionen + Ausland



■ Ostschweiz ■ Genferseeregion ■ Espace Mittelland ■ Nordwestschweiz ■ Zürich
■ Zentralschweiz ■ Tessin ■ unbekannt ■ Ausland

Verkaufskanal 2022



■ Online ■ Schalter ■ Callcenter



Destinationsentwicklung: Produkt- und Projektmanagement

Aufbau Produkt- und Projektmanagement SHLT

Im Jahr 2022 wurden die Vorbereitungen für den Aufbau des Produkt- und Projektmanagements getroffen. Die Ziele für das Produkt- und Projektmanagement wurden in einer Balanced Scorecard definiert und unterstützen den Aufbau dieser Abteilung. Das Produkt- und Projektmanagement wird bei der Abteilung Marketing und Erlebnisse positioniert.

Rhein Welten (NRP-Projekt)

Das Projekt «RheinWelten» schafft ein genussvolles Reiseerlebnis entlang der bestehenden nationalen SchweizMobil Route 2 (Rhein-Route). Im Zentrum stehen dabei neue Erlebniswelten, welche Genuss-, Kultur- und Aktiverlebnisse thematisch abgrenzen und erlebbar machen. SHLT ist zusammen mit dem Regionalen Naturpark Schaffhausen Teil des Projektes von insgesamt 12 Tourismusorganisationen, 6 Kantonen und dem Fürstentum Liechtenstein. Im Jahr 2022 standen folgende Meilensteine im Zentrum: Aufschaltung des Webauftrittes rheinwelten.com

im Sommer 2022. Dabei wurden die Erlebnisse und Partner integriert. Mittels Medienmitteilung fand ein Soft Launch des Projektes statt.

Destination.Lab

Das Destination Lab des Schweizer Tourismusverbands vernetzt Schweizer Tourismusdestinationen punkto Innovationssteigerung, Erfahrungsaustausch und Wissensmanagement. Seine Kernbereiche sind die Gästeberatung und die Angebots- und Produktentwicklung. SHLT ist neben 40 weiteren Destinationen im Projekt Destination Lab vertreten. Im Jahr 2022 hat das Projekt mit einem Erfahrungsaustausch gestartet. Daraus wurden destinationsübergreifende Projektideen entwickelt, welche nun konkretisiert werden.

E-Bike Ladestationen

SHLT lancierte zusammen mit der Firma elmoove eine Initiative für E-Bike Ladestationen im Schaffhauserland. Dabei wurden für die Mitglieder von SHLT Spezialkonditionen für die Installation einer E-Bike-Ladestation

ausgehandelt. Bis Ende 2022 hat kein Mitglied das Angebot in Anspruch genommen.

Spezielle Übernachtungsmöglichkeiten

Im Bereich der speziellen Übernachtungsmöglichkeiten hat SHLT verschiedene Ideen geprüft, da eine grosse Nachfrage vorhanden ist. Es konnte keine der Ideen weiterverfolgt werden, da die gesetzlichen Bestimmungen für spezielle Übernachtungen nicht oder nur beschränkt gegeben sind.

Foto Spot Stein am Rhein

SHLT prüft einen neuen Standort für einen Foto-Spot im Rahmen des Angebots Grand Tour of Switzerland. Entlang der Grand Tour, gibt es verschiedene Foto-Spots welche sich dank schönen Aussichten grosser Beliebtheit erfreuen. Neben dem Rheinfall soll ein weiterer Foto-Spot in Stein am Rhein installiert werden.





Systemmanager: Organisation, Mitglieder, Kooperationen

Organisation

Tourismustag

Der jährliche Tourismustag hat unter dem Titel «Wie Megatrends den Tourismus beeinflussen» in Stein am Rhein stattgefunden.

Nach einem inspirierenden Inputreferat der Zukunftsforscherin Anja Kirig vom Zukunftsinstitut, hatten die rund 90 Teilnehmenden die Möglichkeit, verschiedene weitere Input Referate zu besuchen. Diese fanden in verschiedenen Lokalitäten der Steiner Altstadt statt und

wurden von Mitarbeitenden von SHLT geleitet.

Das so wichtige Netzwerk konnte beim offiziellen Abschluss auf dem Schiff der URh gepflegt werden.

Jubiläen

Für einige unserer Stadtführerinnen war das vergangene Jahr ein besonders Jubiläumsjahr. Die drei Stadtführerinnen Erika Jacquemai, Heidemarlen Landmark und Rixa Müller feierten Ihr 40-jähriges

Jubiläum. Während dieser Zeit hat jede von Ihnen rund 1500 Führungen durchgeführt und gemeinsam haben sie dabei rund 75 000 Gäste empfangen. Weiter freut sich SHLT weiteren Guides zu einem 35-, einem 30-, sieben 20-, und einem 10-jährigem Jubiläum gratulieren zu dürfen.

SHLT ist dankbar und stolz auf die qualitativ hochwertigen Einsätze und Leistungen der rund 100 Stadtführerinnen und Stadtführer.

Kooperationen

Schaffhauser Blauburgunderland

Seit 2008 arbeiten SHLT und das Schaffhauser Blauburgunderland eng zusammen. Durch diese langjährige Zusammenarbeit ist der Synergiegewinn stetig gewachsen. Die gegenseitige Unterstützung in Projekten und Kampagnen ist neben der gemeinsamen Geschäftsstelle ein weiterer Aspekt, der diese Kooperation auszeichnet. Im Jahr 2022 wurde eine neue Leistungsvereinbarung zwischen den beiden Organisationen ausgearbeitet, welche die Zusammenarbeit bis 2025 definiert. Mit der Präsenz des Schaffhauser Blauburgunderlandes im Visitor Centre ist der Schaffhauser Wein nah bei den Einheimischen und Gästen. SHLT konnte in Zusammenarbeit mit den Winzern und weiteren Partnerbetrieben auch im Jahr 2022 Weinerlebnisse wie das «Wii-Schiff» und

der «Wii-Express» wieder anbieten.

Thurgau Tourismus

Die Zusammenarbeit mit Thurgau Tourismus wurde weiter intensiviert. In verschiedenen Workshops wurden dabei neben den bereits gemeinsam getätigten Marketingaktivitäten weitere Potentiale im Bereich der Synergien und der Entwicklung beider Organisationen diskutiert.

Basierend darauf hat vergangenes Jahr zum ersten Mal eine gemeinsame Mitarbeiterweiterbildung im Bereich von Kommunikation und Gästeberatung stattgefunden.

Regionaler Naturpark Schaffhausen - Ballenberg

An den Wochenenden vom 24./25. September und vom 1./2. Oktober 2022 fand auf dem gesamten Areal des

Freilichtmuseum Ballenberg zum ersten Mal das «Fest der Feste» statt.

Dabei trafen sich 15 verschiedene regionale Feste und Herbsttraditionen aus der gesamten Schweiz mit dem Ziel, die kulinarischen und kulturellen Erbe erlebbar zu machen.

Zusammen mit dem Regionalen Naturpark Schaffhausen und dem Schaffhauser Blauburgunderland hat SHLT den Schaffhauser Auftritt umgesetzt. Auf dem Ballenberg steht eine schöne alte Schaffhauser Trotte. Diese bot den passenden Platz für das inszenierte Trottenfest, bei welchem den Besuchern neben den regionalen Schaffhauser Spezialitäten auch die Angebote und Erlebnisse unserer Destination präsentiert wurden.

Mitglieder

Mitglieder SHLT	2021	2022
Einzelpersonen	27	24
Firmen, Vereine, Organisationen	72	67
Touristische Anbieter	264	263
Touristische Anbieter (Partner)	28	28
Tourismusorganisationen	6	7
Gemeinden Kanton Schaffhausen	26	26
Gemeinden ausserhalb Kanton Schaffhausen	4	4
Total	427	419

Logiernächte

Im Jahr 2022 wurden im Kanton Schaffhausen dank den übernachtenden Gästen CHF 355 699 über die Einnahmen der Kurtaxen generiert. Diese Gelder wurden für die Erreichung der im kantonalen Tourismusförderungsgesetz festgelegten Ziele eingesetzt.

Wie immer hat die Parahotellerie (Ferienwohnungen, Campingplätze und Kollektivunterkünfte) einen wichtigen Teil zu den Übernachtungen beigetragen. Bei den Hotelübernachtungen im Kanton Schaffhausen konnte eine erfreuliche Erholung von +16.5 % (135 184) verzeichnet werden. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei 1.65 Tagen.

Zu den drei wichtigsten Märkten gehören die Schweiz mit einem Anteil von 62 %. Im Jahr 2021 lag der Anteil bei 75 %. Deutschland macht 14 % aus gefolgt von den Vereinigten Staaten mit 4 %. Circa 16 % der Logiernächte verteilen sich auf die restlichen europäischen Länder. Rund 4% machen die Fernmärkte Asien, Amerika und Afrika aus.

Quelle: BFS	Logiernächte 2021	Logiernächte 2022	Veränderung absolut	Veränderung in %
Januar	1894	3796	+1902	+100.4%
Februar	2172	4350	+2178	+100.3%
März	3872	7409	+3537	+91.3%
April	10158	11464	+1306	+12.9%
Mai	12261	14779	+2518	+20.5%
Juni	11776	15423	+3647	+31.0%
Juli	16572	16865	+293	+1.8%
August	18023	18188	+165	+0.9%
September	14325	15242	+917	+6.4%
Oktober	11530	11798	+268	+2.3%
November	8079	8621	+542	+6.7%
Dezember	5363	7249	+1886	+35.2%
Total	116025	135184	+19159	+16.5%





Wir sind wieder auf Kurs!

Das vergangene Tourismusjahr verlief wesentlich besser als erwartet. Auch wenn sich noch nicht alle Bereiche ganz erholt haben, dürfen wir doch zuversichtlich auf die bevorstehende Saison blicken. Schaffhauserland Tourismus hat dafür bereits verschiedene Kampagnen vorbereitet.

Wir sind sehr erfreut, dass die Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr von rund 116000 auf über 135000 zugenommen haben. Ein Grund dafür ist sicher, dass der Besuch ausländischer Gäste dank der Aufhebung der coronabedingten Einschränkungen nochmals zugenommen hat. Daneben dürfte aber auch die intensive Werbung für unsere Destination und das perfekte Sommerwetter zu dieser erfreulichen Zunahme beigetragen haben. Noch erfreulicher zulegen konnten wir gegenüber dem Vorjahr bei den Gruppenführungen und dem Warenverkauf.

Das Interesse an spannenden und kurzweiligen Führungen hat dazu geführt, dass diese gegenüber dem Vorjahr um über 60% zugenommen haben. Unser Dank gilt da besonders unseren qualifizierten und hochmotivierten Führerinnen und Führern! Diesen Dank durften wir am jährlichen Gästeführertreffen im November weitergeben und gleichzeitig drei Führerinnen für ihr 40-jähriges und weitere Führerinnen und Führer für 35-, 30-, 20- und 10-jährige Jubiläen ehren!

Eine unserer wichtigsten Einnahmequellen für die Finanzierung unserer Marketingmassnahmen ist sicher der Warenverkauf. Dieser hat sich an unseren drei Standorten in Schaffhausen, Stein am Rhein und insbesondere am Rheinflall gegenüber dem Vorjahr insgesamt mehr als verdoppelt. Auch wenn wir noch nicht ganz auf dem Niveau der Zeit vor Corona sind, liegt diese Steigerung eindeutig über unseren Erwartungen.

Diese Entwicklung freut uns alle sehr und motiviert unser ganzes Team und den Vorstand natürlich, den eingeschlagenen Kurs weiterzuführen. Sie bestätigt auch, dass die grossen und intensiven Bemühungen, unsere Destination und alle ihre Anbietenden weitherum bekannt zu machen, in die richtige Richtung gehen.

Mein grosser Dank gilt einmal mehr der Geschäftsleitung und dem ganzen Team. Sie haben wiederum eine grossartige Arbeit geleistet und die nicht immer einfachen Aufgaben zur vollen Zufriedenheit erfüllt. Gleichzeitig möchte ich auch meinem Vorstand für die Mitarbeit und die Bereitschaft, dort einzustehen wo es für uns situativ wichtig war, ganz herzlich danken.

Ich wünsche uns allen ein wiederum erfolgreiches Tourismusjahr. Sicher dürfen wir mit einiger Zuversicht ins 2023 schauen, zumal unsere Organisation sehr gut aufgestellt ist und wie schon erwähnt, diverse Massnahmen vorbereitet sind.

Mit der Mitgliederversammlung von anfangs Mai 2023 werde ich das Präsidium nach intensiven 12 Jahren in andere Hände geben. Ich durfte in diesen Jahren sehr viele spannende und wichtige Entscheide miterleben und mitbestimmen. Für die dabei immer grossartige Zusammenarbeit mit Vorstand, Geschäftsleitung und Team bin ich äusserst dankbar und werde dies selbstverständlich in bester Erinnerung behalten. Ich wünsche meiner Nachfolge schon jetzt viel Erfolg.

Thomas Imobersteg
Präsident Schaffhauserland Tourismus

Bilanz per 31.12.2022

Verein Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen

in CHF	31.12.2022	31.12.2021
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	1'113'698	552'026
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	61'376	67'444
Übrige kurzfristige Forderungen	8'730	2'863
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	83'170	114'341
Aktive Rechnungsabgrenzung	85'251	275'495
Total Umlaufvermögen	1'352'225	1'012'169
Finanzanlagen	1	1
Sachanlagen	22'308	29'743
Total Anlagevermögen	22'309	29'744
Total Aktiven	1'374'534	1'041'913
PASSIVEN		
Verbindlichkeiten	104'485	101'987
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	10'248	12'554
Passive Rechnungsabgrenzungen	137'779	103'620
Total kurzfristiges Fremdkapital	252'512	218'161
Rückstellungen Vermarktung	360'000	240'000
Rückstellungen Produkt- und Projektmanagement	100'000	0
Rückstellungen Veranstaltungen und Ticketing	80'000	80'000
Rückstellungen Service und Support	350'000	420'000
Total langfristiges Fremdkapital	890'000	740'000
Total Fremdkapital	1'142'512	958'161
Vereinskapital	83'752	5'143
Jahresgewinn (+)/-verlust (-)	148'270	78'609
Total Eigenkapital	232'022	83'752
Total Passiven	1'374'534	1'041'913

Erfolgsrechnung 2022 / Budget 2023

Verein Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen

in CHF	Effektiv 2021	Budget 2022	Effektiv 2022	Budget 2023
Beitrag Kanton Schaffhausen (TFG)	250'000	250'000	250'000	250'000
Beitrag Kanton Schaffhausen Kurtaxe (TFG)	310'300	300'000	355'699	360'000
Kanton Schaffhausen Beiträge Gemeinden (TFG) ab 2018	268'298	268'000	271'018	271'000
Beiträge übrige Mitglieder (ab 2019 inkl. Gemeinden ausserkant.)	41'170	41'200	41'516	39'200
Total Beiträge	869'768	859'200	917'233	920'200
Beiträge touristische Anbieter und Organisationen	159'197	150'000	131'782	130'000
Ertrag Leistungsverträge / Kooperationsvereinbarungen	234'038	226'000	210'649	209'500
Ertrag Erlebnisse	110'991	179'700	131'743	146'500
Ertrag Führungen	143'796	112'000	221'517	167'000
Ertrag Warenverkauf	595'782	686'500	1'359'481	1'484'000
Ertrag Produkt- und Projektmanagement ¹	0	0	9'422	6'000
Ertrag Werbeverträge/-beiträge	120'082	102'700	159'437	140'800
Ertrag Veranstaltungen (Kommissionen)	2'346	3'250	6'915	1'700
Ertrag Diverses	29'238	16'000	46'984	2'500
Total Erträge	1'395'470	1'476'150	2'277'930	2'288'000
Total Betriebsertrag	2'265'238	2'335'350	3'195'163	3'208'200
Aufwand Leistungsträger/-verträge (bis 2021 inkl. Marketing) ²	-325'893	-282'000	-56'117	-56'000
Aufwand Erlebnisse ¹	-101'243	-165'158	-119'526	-136'150
Aufwand Führungen (mit Umbuchung Löhne)	-91'225	-80'696	-132'201	-120'000
Aufwand Wareneinkauf	-231'904	-328'850	-631'679	-829'500
Aufwand Produkt- und Projektmanagement ¹	0	0	-45'749	-25'000
Aufwand Marketing ²	0	0	-231'933	-211'000
Aufwand Diverses	-353	0	-520	-1'000
Total Aufwand Dienstleistungen / Wareneinkauf	-750'618	-856'704	-1'217'725	-1'378'650
Personalaufwand³	-1'150'687	-1'376'375	-1'487'693	-1'604'653
Raumaufwand / Energie, Unterhalt / Ersatz, Anschaffungen	-139'029	-139'500	-140'166	-129'000
Verwaltungsaufwand	-63'812	-68'250	-67'652	-67'500
Informatikaufwand	-147'451	-56'350	-146'858	-62'350
Total übrige Aufwände	-350'292	-264'100	-354'676	-258'850
Abschreibungen	-35'905	-28'000	-7'435	-7'500
Total Betriebsaufwand	-2'287'502	-2'525'179	-3'067'529	-3'249'653
Finanzaufwand	-21'272	-8'500	-47'633	-19'000
Finanzertrag	10'617	-500	29'808	-500
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand	-225'612	-1'000	-2'225	-1'000
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	337'140	0	40'686	63'000
Periodengewinn (+) / Periodenverlust (-)	78'609	-199'829	148'270	1'047

¹ ab 2022 neues Konto

² ab 2022 separate Gruppe

³ dem Personalaufwand gutgeschriebene Kurzarbeitsentschädigungen Jahr 2021 CHF 292'238, Jahr 2022 CHF 92'224.

Anhang zur Jahresrechnung 2022

Verein Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen

1. Allgemeine Angaben

Firma und Sitz:

Verein Schaffhauserland Tourismus, Vordergasse 73, 8200 Schaffhausen

Anzahl Vollzeitstellen (Erklärung OR 959c Abs. 2 Ziff. 2)

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50.

Name der Revisionsstelle

BMO Wirtschaftsprüfung AG, Querstrasse 5, 8212 Neuhausen am Rheinflall

2. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechtes (Art. 957 bis 962) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Beibehaltung von zum Abschlusszeitpunkt nicht mehr benötigten Rückstellungen wahrgenommen wird.

3. Angaben und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung

Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung, soweit diese nicht bereits aus der Bilanz und Erfolgsrechnung ersichtlich sind.

in CHF	31.12.2022	31.12.2021
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
gegenüber Dritten	7'906	18'915
gegenüber Mitgliedern	56'670	52'329
Wertberichtigungen	-3'200	-3'800
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	61'376	67'444
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen		
Warenvorrat	83'170	114'341
Nicht fakturierte Dienstleistungen	0	0
Total Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	83'170	114'341
Aktive Rechnungsabgrenzung		
TA Beitrag Kanton Schaffhausen Kurtaxe (TFG)	71'831	231'492
TA Marketing/Basisprospekt	190	0
TA Erlebnisse und Führungen	1'881	1'911
TA Sozialversicherungen	10'356	41'125
TA Übrige	993	967
Total Aktive Rechnungsabgrenzungen	85'251	275'495

in CHF	31.12.2022	31.12.2021
Sachanlagen (Mobilien, Hard- & Software, Info-Shop, Visitor Centre)		
Anfangsbestand 01.01.	29'744	65'649
Anschaffungen	0	0
Kostenbeteiligung Dritte	0	0
Abschreibungen	-7'435	-35'905
Schlussbestand 31.12.	22'309	29'744
Verbindlichkeiten		
gegenüber Mitgliedern	24'476	4'016
gegenüber Nichtmitgliedern	80'009	97'971
Total Verbindlichkeiten	104'485	101'987
Passive Rechnungsabgrenzung		
TP Lieferanten	0	0
TP Personal	61'014	30'324
TP Verbindlichkeiten gegenüber Sozialversicherungen	0	0
TP Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	0	0
TP Abschluss	5'000	5'000
TP Marketing / Basisprospekt	0	936
TP Produkt- und Projektmanagement	10'000	0
TP Informatik	60'000	55'000
TP Vorverkauf / Veranstaltungen	1'765	12'345
TP Übrige	0	15
Total Passive Rechnungsabgrenzung	137'779	103'620

in CHF	31.12.2022	Bildung	Auflösung	31.12.2021
Rückstellungen				
Rückstellungen Vermarktung	360'000	120'000	0	240'000
- Projekte Leistungsvereinbarung	140'000	0	0	140'000
- Marketingprojekte und Webseite ¹	155'000	120'000	0	35'000
- Publikationen	65'000	0	0	65'000
Rückstellungen Produkt- und Projektmanagement ¹	100'000	100'000	0	0
Rückstellungen Veranstaltungen und Ticketing	80'000	0	0	80'000
Rückstellungen Service und Support	350'000	200'000	-270'000	420'000
- Infrastruktur	30'000	0	0	30'000
- Restrukturierung Organisation SHLT ^{1,2}	320'000	200'000	-270'000	390'000
Total Rückstellungen	890'000			740'000

¹ Die Auflösung der Rückstellungen «Restrukturierungen Organisation SHLT» CHF 270'000, beinhaltet die Auflösung der nicht mehr benötigten Rückstellungen zur Behebung der finanziellen Folgen der Pandemie in der Höhe von CHF 220'000. Diese wurden wie folgt umbucht: CHF 40'000 für Marketingprojekte, CHF 80'000 für den Relaunch der Webseite und CHF 100'000 für das neue Geschäftsfeld Produkt- und Projektmanagement. Die Rückstellung Rückerstattung SVA Kurzarbeit CHF 50'000 wurde ebenfalls nicht beansprucht und für Software- und Hardwareanpassungen neu gebildet.

² Neue Rückstellungen «Organisation SHLT» CHF 200'000, wurden für den erhöhten Personalbedarf im Warenverkauf, einer neuen Stelle im Produkt- und Projektmanagement, den Teuerungsausgleich und wie bereits oben beschrieben, für Hard- und Softwareanpassungen gebildet.

in CHF	31.12.2022	31.12.2021
Ausserordentlicher Ertrag		
Kanton Schaffhausen Härtefallgelder	0	270'829
Marketing zum Mitmachen	0	22'247
Ticketing	3'553	0
SVA Korrekturen Kurzarbeit	10'006	9'685
Gutscheinverkauf Vorjahr	0	1'919
Schweiz Tourismus (Bundesbeitrag Corona)	27'127	32'460
Total ausserordentlicher Ertrag	40'686	337'140
Ausserordentlicher Aufwand		
Informatikaufwände	0	5'438
Lieferantenrechnung	90	174
Rückstellung Ausgleich Folgen der Pandemie	0	220'000
Ticketing	1'600	0
EO-Entschädigung 2021	535	0
Total ausserordentlicher Aufwand	2'225	225'612

4. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Wider Erwarten und allen Prognosen zum Trotz, hat sich die Ertragslage vorallem in den Bereichen Tourismus und Warenverkauf überraschend schnell erholt, und liegt nur noch rund 10% unter dem «Vor-Corona» Niveau vom Jahr 2019.

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Vorstand sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2022 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

5. Weitere Angaben

Schaffhauserland Tourismus hat das Mandat zur Tourismusförderung seit dem 1.1.2018 inne. Mittels Leistungsvereinbarung zwischen dem Kanton Schaffhausen und Schaffhauserland Tourismus wurde festgelegt, mit welchen Massnahmen die Tourismusförderung umgesetzt wird. Dazu stehen die Beiträge gemäss Tourismusförderungsgesetz zur Verfügung. Das Mandat und die Leistungsvereinbarung gilt weiterhin für 3 Jahre (2022-2025).

in CHF	31.12.2022	31.12.2021	
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	35'678	36'911	
Nicht bilanzierte Miete mit Restlaufzeit grösser als 1 Jahr:	Mietbeginn	Mietende	Jahresmiete
- Visitor Centre Vordergasse 73, Schaffhausen	1.11.2020	31.10.2030	80'000
- Sitzungsraum Herrenacker 15, Schaffhausen	1.9.2019	30.9.2023	33'047
Total nicht bilanzierte Miete			113'047

Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Mitgliederversammlung des
Vereins Schaffhauserland Tourismus
8200 Schaffhausen

8212 Neuhausen am Rheinfl, 23. März 2023 Br/RI

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins Schaffhauserland Tourismus für das am 31. Dezember 2022 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen bei der geprüften Einheit vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstöße nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht.

BMO Wirtschaftsprüfung AG


Roland Brögle
Revisionsexperte
Leitender Revisor


Raphael Lang
Revisionsexperte

Beilage: Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

BMO Wirtschaftsprüfung AG
Querstrasse 5, CH-8212 Neuhausen am Rheinfl
info@bmowp.ch, www.bmowp.ch, CHE-100.786.275 MWST

Organe per Ende 2022

Vorstand

- Thomas Imobersteg Präsident
- Arnold Graf Vizepräsident, Beherbergungsbetriebe
- Melanie Herzog Freie Wahl
- Remo Rey Schifffahrt/Transport
- Thomas Burkhardt Rheinfall
- Renato Pedroncelli Gastronomie
- Jens Lampater Kulturveranstaltungen
- Robert Spichiger Ländlicher Tourismus

Tourismuskommission

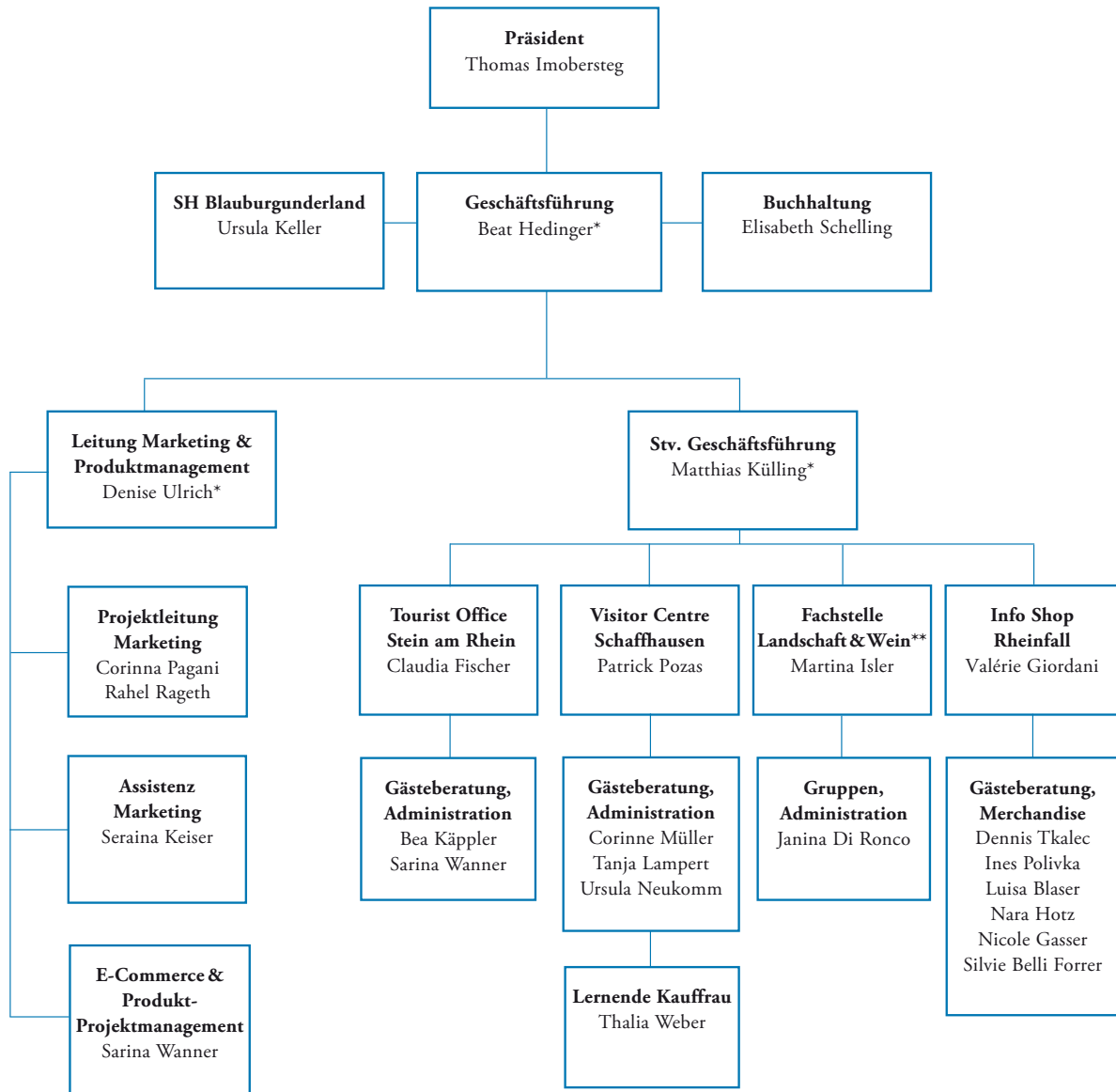
- Heidi Fuchs VGSSH
- Markus Simmler Besen-Beiz, Weingut Lindenhof und Schaffhauser Blauburgunderland
- Jörg Staub Region Reiat
- Daniel Denner Restaurant Schloss Laufen am Rheinfall
- Dominic Böhler Bürgermeisteramt Jestetten
- Ernst Gründler Pro City Schaffhausen
- Ueli Jäger KSS Freizeitpark Schaffhausen
- Peter Neukomm Stadtpräsident Schaffhausen
- Marisa Thommen Kronenhof AG
- Christoph Schärler Wirtschaftsförderung Kanton Schaffhausen
- Bruno Schwager Verkehrsbetriebe Schaffhausen (bis Oktober 2022)
- Hansueli Alder Fledermausschutz
- Sandra Egger Kantonales Wirtschaftsamt
- Daniela Furter Pro Velo Schaffhausen
- Suzanne Mennel Museum zu Allerheiligen
- Vanessa Wirz Pro Natura
- Sandra Tappolet Tappolet Randenhof AG
- Corinne Ullmann Stadtpräsidentin Stein am Rhein
- Daniel Meier Jugendherberge Stein am Rhein (bis April 2022)
- Marcel Fringer Kantonaler Gewerbeverband
- Hans Rudolf Meier Regionaler Naturpark Schaffhausen
- Fritz Vögele Genussregion Wilchingen Osterfingen Trasadingen
- Andreas Neuenschwander Gemeinderat Neuhausen am Rheinfall

Revisionsstelle

- BMO Wirtschaftsprüfung AG, Neuhausen am Rheinfall

Operativer Betrieb

Organigramm Schaffhauserland Tourismus (Stand Dezember 2022)



*Mitglied der Geschäftsleitung

**In Zusammenarbeit mit dem Regionalen Naturpark Schaffhausen und den lokalen Tourismusvereinen



Gnusspfad Schafuuse

Entdecken Sie Schaffhausen kulinarisch.
Das spannende dabei ist, dass Sie zwischen
den Gängen die Lokalität wechseln.

